

Adı Soyadı : Edin Güçlü SÖZER
Doğum Tarihi : 02.10.1973
Unvanı : Doktor Öğretim Üyesi
E-mail : edin.sozer@okan.edu.tr
Öğrenim Durumu:

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	Uluslararası İlişkiler	Doğu Akdeniz Üniversitesi	1997
Yüksek Lisans	İşletme-E-Business	Yeditepe Üniversitesi	2002
Doktora	İşletme- Pazarlama	Yeditepe Üniversitesi	2008

Akademik Unvanlar:

Ünvan	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Doktor Öğretim Üyesi	İşletme	Okan Üniversitesi	2018-devam ediyor

1. Yayınlar

1.1. Yazılan Uluslararası kitaplar veya kitaplarda bölümler.

- Sözer, E.G., Civelek, M.E., Çemberci, M. (2018) “Strategic Excellence in Post-Digital Ecosystems”. Nevada University, Zea Books. 62, USA.
- Sözer, E.G. (2013) “The Dynamics of Sponsorship: Leveraging Brand Equity in Postmodern Markets”. Lambert Academic Publishing. Saarbrücken, Germany.

1.2. Yazılan Ulusal kitaplar veya kitaplarda bölümler.

- Sözer, E.G, Yolbulan Okan, E. ve Güngör, M.Ö. (2019). “Pazarlama Teorisi: Gelişimi ve Değişimi”. İstanbul: Beta.
- Sözer, E.G. (2009) “Postmodern Pazarlama: Marka Çağında Liderlik için PIM Modeli”. Beta Basım A.Ş. İstanbul.
- Civelek, M. E. ; Sözer, E. G. (2003) “İnternet Ticareti: Yeni Ekosozyal Sistem ve Ticaret Noktaları”. Beta Basım Yayım A.Ş. İstanbul
- Bölüm Yazarlığı - Bozgeyik, A. (2004) “Krizleri Fırsata Dönüştürmek”. Hayat Yayınları. İstanbul.
- Bölüm Yazarlığı - Bozgeyik, A. (2009) “Satış ve Pazarlama Öyküleri”. Akis Kitap. İstanbul.

1.3. Uluslararası endeksler tarafından taranan dergilerde yayımlanan makaleler

- Sözer, E.G. (2019). The Effect of Dynamic Pricing on Holiday Purchase Intentions: Moderated Mediation Role of Perceived Risk. Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR), 7(1): 57-84.

- Sözer, E. G., ve Civelek, M. E. (2018). The Effect of Perceived Benefit on Consumer Based Brand Equity in Online Shopping Context. *Ege Akademik Bakış*, 18(4): 711-725.
- Sözer, E.G. and Vardar, N. (2009) “How Does Event Sponsorship Help in Leveraging Brand Equity?”, *Journal of Sponsorship*, 3(1): 35-42.

1.4. Ulusal endeksler tarafından taranan dergilerde yayımlanan makaleler

- Sözer, E.G. (2019). The Interaction of Crowd, Message Content, and Message Frame on Generating Purchase Intentions in Retailing. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 17(34), 409-437.
- Sözer, E.G. (2019). Determinants and Outcomes of an Effective CRM Campaign: The Mediating Role of Skepticism. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 10(37), 726-752.
- Sözer, E.G. (2019). How Do Country of Know-How and Country of Personnel Affect Service Evaluations: A Categorical Comparison. *Istanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(35), 411-431.
- Sözer, E.G. (2019). The Effect of Message Valence on e-WoM Spread: A Moderated Mediation Analysis. *Business and Economics Research Journal*, 10(2), 541-555.
- Sözer, E.G. (2019). The Effect of Social Media Mix on Brand Switching Intention: The Mediating Role of Risk Perception. *Journal of Yaşar University*, 14(53), 74-86.
- Sözer, E.G. (2018). The Effect of Reviewer Origin on Booking Intentions in Tourism Industry: The Moderating Role of Review Valence. *Business and Management Studies: An International Journal*, 6(4), 1252-1270.
- Sözer, E.G. (2018). Electronic Word of Mouth (e-WoM): Is it an Effective Tool for Re-Vitalizing the Relationship between a Brand and Its Ex-Customers? *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 97-114.
- Sözer, E. G., ve Civelek, M. E. (2018). How Does Customer Experience Shape the Attitude Towards and Intention to Brand Switching? *Journal of Business Research Turk*, 10(1): 856-875.
- Sözer, E. G., Civelek, M. E. ve Kara, A. S. (2017). The Effect of Consumer Based Brand Equity on Brand Reputation, *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 8(30): 1547-1563.
- Çemberci, M., Sözer, E.G., Civelek, M. E. (2015) “Firmalar Arası Bilgi Paylaşımı İle Tedarik Zinciri Yönetimi Performansı İlişkisinde Bilgi Kalitesinin Moderatör Etkisi”, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 13(25), 141-159.
- Civelek, M. E., Çemberci, M., Sözer, E. G. (2013) “The Determinants of Intention to Shop Online and Effects of Brand Equity on e-Store Patronage”, *Journal of Global Strategic Management*, 13(1), 125-145.
- Civelek, M. E., Çemberci, M., Sözer, E. G. (2013) “The Impact of Technological Learning on Firm Performance: The Sample of an Empirical Research”, *Akademik Bakış Dergisi*, 1(37), 1-10.

2. Bildiriler ve Sunumlar

2.1 Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında (Proceeding) basılan bildiriler.

- Sözer, E.G. (2018). Designing Effective Cause Related Marketing (CrM) Programs Via Digital Platforms: An Introduction of 5 C's Model of CrM. IRDITech Management 2019.
- Sözer, E.G. (2018). Is Re-Vitalization Possible with E-WoM? The Role on the Re-Patronage Intentions of Switching Customers". IRDITech Management 2018 Conference, Istanbul.
- Coner, A.; Sözer, E.G. "Three-Dimensional Market Strategy Model for Click Only B2C Firms", International Conference on Business, Management and Economics, 2005 Conference Proceeding, June 16-19, 2005, İzmir.

2.2 Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında (Proceeding) basılan bildiriler.

- Sözer, E.G (2019). Konum Bazlı Reklam Dinamikleri: Değer ve Risk İkilemi Üzerine Bir Çalışma. 24. Ulusal Pazarlama Kongresi
- Sözer, E.G (2018). E-Perakende Markalarında Müşteriyi Tutma: Müşteri Deneyimi, Memnuniyeti, Marka Değeri ve Marka Değiştirme Eğilimi Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Çalışma.23. Ulusal Pazarlama Kongresi.

3. Editörlük, Hakemlik ve Jüri Üyeliği

- Journal of International Trade, Logistics and Law (JITAL) Editörler Kurulu Üyeliği.
- International Journal of Commerce and Finance (IJCF) Hakemlik.

4. Tez Yönetimi ve Verilen Dersler

4.1. Yönetilen Tezler

- İşeri Uzunoğlu, M. (2019). Nöro Uyaranların Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisinin Ölçümü: Gıda Sektörü Üzerine Bir Çalışma, İstanbul Okan Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü-Gastronomi Anabilim Dalı.
- Refai, M.Y.M. (2019). Cognitive, affective and conative effects of infographics. Istanbul Okan Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü-İşletme (İngilizce) Anabilim Dalı.

4.2. Son üç yılda yurtiçinde bir üniversitede verilmiş lisans ve lisansüstü dersler

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati	
			Teorik	Uygulama
2017-2018	Lisans (Bahar)	Stratejik Pazarlama	3	-
		Strategic Marketing	3	-
		Pazarlama Yönetimi	3	-
		Marketing Management	3	-
		Pazarlama Araştırmaları	3	-
		Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yönetim	3	-

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati	
			Teorik	Uygulama
2017-2018	Yüksek Lisans (Bahar)	Pazarlama Araştırmaları	3	-
		Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yönetim	3	-

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati	
			Teorik	Uygulama
2018-2019	Lisans (Güz)	International Marketing	3	-
		Brand Management	3	-
		Marka Yönetimi	3	-
		Marketing Management	3	-
				-

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati	
			Teorik	Uygulama
2018-2019	Yüksek Lisans (Güz)	Marketing Management	3	-
		Pazarlama Yönetimi	3	-
		Bilimsel Araştırma Yöntem ve Teknikleri	3	-

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati	
			Teorik	Uygulama
2018-2019	Lisans (Bahar/ Yaz)	Marketing Management	3	-
		Strategic Marketing	3	-
		Practice in Bus.Envir.	3	-
		Pazarlama Yönetimi	3	-

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati	
			Teorik	Uygulama
2018-2019	Yüksek Lisans (Bahar)	Marketing Management	3	-
		Pazarlama Araştırmaları	3	-

5. Profesyonel Geçmiş

	Kurum	Unvan	Görev	Başlangıç	Bitiş
1	Denizbank A.Ş.	Grup Müdürü	Yurt Dışı İştirakler	04.2013	-
2	Denizbank AG	Genel Müdür Yardımcısı	İş Geliştirme	02.2010	03.2013
3	Denizbank Moscow	Genel Müdür Yardımcısı	Bireysel Bankacılık	04.2007	01.2010
4	Denizbank A.Ş.	Bölüm Müdürü	Bireysel Pazarlama	03.2004	03.2007
5	Akbank T.A.Ş.	Kurumsal Müşteri İlişkileri Yetkilisi	Axess Kredi Kartları	03.2001	02.2004
6	Bank Kapital A.Ş.	Bireysel Müşteri İlişkileri Yetkilisi	Bireysel Bankacılık	10.1999	02.2001
7	Dışbank A.Ş.	Bireysel Müşteri İlişkileri Yetkilisi	Bireysel Bankacılık	05.1999	09.1999
8	Site Bank A.Ş.	Bireysel Müşteri İlişkileri Yetkilisi	Bireysel Bankacılık	11.1998	04.1999
9	Inter Sigorta A.Ş	Kurumsal Müşteri İlişkileri Yetkilisi	Kurumsal Pazarlama	10.1997	10.1998